

## INTISARI

Secara umum kinerja perbankan dan lembaga keuangan lainnya pada tahun 2002 menunjukkan perkembangan yang membaik. Perbaikan tersebut tercermin dari terus berlangsungnya proses pemulihan fungsi intermediasi seperti meningkatnya Dana Pihak Ketiga (DPK) dan kredit yang disalurkan.

Persaingan antar pemain dalam industri perbankan di Indonesia, ditandai dengan lahirnya Undang-Undang No.10 1998, memberikan peluang yang sangat baik bagi perkembangan bank syariah. Undang-undang tersebut juga memungkinkan perbankan nasional untuk beroperasi dengan "Dual Banking System", yaitu dengan membuka cabang khusus syariah atau beroperasi secara keseluruhan secara penuh dengan prinsip syariah. Disamping itu persaingan juga terjadi dalam memperebutkan Dana Pihak Ketiga (DPK). Bank-bank besar termasuk bank-bank asing semakin agresif dalam menari nasabah baru melalui tawaran berbagai kemudahan dalam bertransaksi. Adapun bank-bank kecil dan menengah dengan competitive advantage yang dimilikinya berupa tingkat efisiensi yang tinggi akan berupaya memelihara customer basenya dengan memberikan tingkat suku bunga yang bersaing. Upaya pemerintah dan pihak swasta untuk memperoleh sumber pembiayaan langsung dari pasar melalui penerbitan obligasi dan emisi saham juga mewarnai persaingan ketat di pasar keuangan Indonesia. Kondisi seperti ini dapat membawa implikasi meningkatnya resiko pasar dan menurunnya margin pendapatan bagi industri perbankan.

Mengingat perubahan lingkungan yang begitu cepat terhadap industri perbankan, PT Bank Syariah Mandiri perlu mengkaji kembali strategi yang dijalankan selama ini dalam menjalankan aktivitasnya, guna menghadapi persaingan di sektor perbankan baik antar bank-bank syariah sendiri maupun bank konvensional baik yang berasal dari dalam negeri maupun luar negeri.

Dari hasil analisis SWOT dan formulasi strategi diketahui bahwa Bank Syariah Mandiri berada pada posisi pertumbuhan dan pengembangan (*Growth and Build*) dan mendukung strategi agresif. Dimana posisi ini, pengembangan pasar (*Market Development*), pengembangan produk (*Product Development*) dan penetrasi pasar (*Market Penetration*) sangat mendukung dalam penyebaran informasi tentang sistem dan produk Bank Syariah Mandiri dapat diterima oleh masyarakat maupun para pelaku bisnis. Dalam menghadapi persaingan perbankan yang semakin ketat dan peluang yang besar yang dimiliki oleh Bank Syariah Mandiri, maka strategi agresif yang ditunjang dengan strategi keunggulan biaya dan diferensiasi sangatlah efektif.

**Kata Kunci :** Perbankan, Persaingan, Syariah, Bank Syariah, Pengembangan Pasar, Pengembangan produk, penetrasi pasar, keunggulan biaya, diferensiasi

## ABSTRACT

Generally, performance of the banking industry and other financial institution shows faster development in 2002, reflected from the continuity of recovery process of third party fund and credits.

The competition of banking industry resulted from UU No 10 1998 opens good opportunity for syariah banking. The constitution also allows the national banks to operate in Dual Banking System by opening syariah banking or fully operational in syariah principle. This situation causes the competition of third party fund. Large banks including foreign banks become more aggressive in searching for new customer by offering convenience action. Hence, small banks and middle banks have competitive advantage in high efficiency will try to keep their customer base by offering competitive interest rate. The government effort and private company to obtain sheet financing from IPO and obligation also effected the competition in Indonesian financial market. This condition will raise the market risk and reduce margin of banking industry.

Considering rapid environmental change in banking industry, PT Bank Syariah Madiri need to evaluate their strategy to cope with competition in syariah banking or conventional banking from local or foreign banks.

From SWOT analysis and strategy formulation, BSM in growth and build position and support aggressive strategy which market development, product development and market penetration supportively in publishing information about system and product BSM. In facing rough banking competition and opportunity of BSM, aggressive strategy support by cost advantage and different ion strategy will be very effective.

Key word : Banking, Competition, Syariah, Syariah Banking, Market development, product development, market penetration, cost advantage, different ion strategy